

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Londres

Notas Sectoriales

El mercado de los Productos Cárnicos en el Reino Unido

El mercado de los Productos Cárnicos en el Reino Unido

Esta nota ha sido elaborada por Manuel Vera López bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Londres

Noviembre 2012

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	6
II. OFERTA	8
1. Tamaño del mercado	8
2. Producción local	11
3. Importaciones	14
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	30
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	35
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	35
VI. DISTRIBUCIÓN	44
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	47
VIII. ANEXOS	51
1. Ferias	51
2. Publicaciones del sector	51
3. Asociaciones	52
4. Otras direcciones de interés	53

CONCLUSIONES

El mercado de los productos cárnicos en el Reino es un mercado muy maduro, con una alta competencia y una fuerte capacidad de negociación por parte de distribuidores y minoristas

A pesar de la madurez, el tamaño sigue creciendo más allá del aumento de la población y sus necesidades alimenticias. El británico es un amante consumidor de carne. Su presupuesto semanal para este tipo de productos sube cada año.

El alza de los precios no hace que disminuya su consumo, sino que produzca cambios en la elección del producto. En los tres últimos años, el consumidor británico ha aumentado su consumo de carne de cerdo y de ave en detrimento de la de cordero y la de vaca.

Hay dos nichos de mercado que pueden ser importantes para el productor español.

El primero es el de los productos ecológicos. Si bien su consumo ha caído, el interés del británico por los productos naturales y ecológicos se mantiene. En el caso de algún tipo de carne como es la de ave, es un factor importante de calidad. Este segmento va a depender de la recuperación económica y del aumento de poder adquisitivo del consumidor británico.

El segundo nicho importante es el de la alimentación Halal. En el Reino Unido, la población musulmana asciende a cerca de 2 millones y está en continuo crecimiento. Adaptar estándares de calidad Halal puede abrir la puerta a un mercado de más de dos mil quinientos millones de euros.

El Reino Unido es un gran productor de carnes y transformados cárnicos. Son especialistas en carnes de ave, de cerdo, de vaca y de cordero. La producción de estas carnes ha subido en los últimos años, excepto la de cordero. La disminución en la producción local de carne de cordero se ha debido a que el productor británico sabe que su producto está mejor pagado en países como Francia o Alemania. Lo anterior hace que elija exportar sacrificando parte de la producción que destinaba al mercado local. En el mercado local hay multitud de competidores extranjeros que pueden ofrecer carne de cordero a precios más bajos.

En cuanto a las exportaciones españolas al Reino Unido, la carne de cerdo y sus productos transformados suponen casi tres cuartas partes de estas exportaciones.

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

En la actualidad el mercado británico valora la calidad de la oferta alimenticia española, si bien hay productos todavía desconocidos que podrían encajar muy bien en el mismo, como son la presa, la pluma y el secreto de cerdo ibérico

Dentro de los embutidos, el chorizo es el que más está creciendo y ya supera en ventas a sus homólogos italianos. El jamón crece, pero es una incógnita si conseguirá igualar las ventas de su máximo competidor, el prosciutto di Parma. También es cierto que el jamón se está situando como un producto gourmet de alta calidad que compran personas de alto poder adquisitivo.

En cuanto a los hábitos de compra de productos cárnicos en el supermercado, es importante señalar que el consumidor británico busca productos que tengan una excelente relación precio calidad, excepto en el caso de las salchichas de cerdo y vaca por las que está dispuesto a pagar más, si la calidad es muy buena.

Los productores británicos continuarán enfrentándose a los bajos precios que les ofrecen las grandes cadenas detallistas. Sin embargo en un mercado controlado por un reducido número de estas cadenas la única alternativa son el canal HORECA y el institucional.

La distribución a través de negocios independientes y online son otra opción; pero el producto tiene que ser de alta calidad y estar diferenciado.

I . DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

En el presente estudio se analizará el mercado del producto cárnico en el Reino Unido, tanto fresco como transformado.

Carne fresca:

- Carne de vaca.
- Carne de cerdo.
- Carne de cordero y cabra.
- Carne de ave.

Productos cárnicos transformados:

- Preparaciones cárnicas.
- Jamón curado.
- Chorizo.
- Otros embutidos.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

A continuación podemos ver una tabla con los códigos Taric de los productos que vamos a tratar en este estudio:

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

SECCIÓN I: ANIMALES Y PRODUCTOS DEL REINO ANIMAL		
CAPÍTULO 2: Carne y Despojos Comestibles		
	DESCRIPCIÓN	TARIC
	Carne de la especie Bovina, fresca o refrigerada	0201
	Carne de la especie Bovina congelada	0202
	Carne de la especie Porcina, fresca, refrigerada o congelada	0203
	Carne de la especie Ovina, fresca, refrigerada o congelada	0204
	Carne de la especie Caballar, Asnal o Mular, fresca, refrigerada o congelada	0205
	Despojos comestibles de las especies anteriores	0206
	Carnes y despojos comestibles de aves de la partida 0105 ¹	0207
	Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados	0208
	Tocino sin partes magras y grasa de cerdo o de ave sin fundir ni extraer de otro modo, fresco, refrigerado, congelado, salado o en salmuera, seco o ahumado	0209
	Carnes y despojos comestibles, salados o en salmuera	0210
	Jamón curado en piezas sin deshuesar	021011
SECCIÓN IV: PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIAS		
CAPÍTULO 16: Preparaciones de Carne, Pescado, etc.		
	DESCRIPCIÓN	TARIC
	Embutidos y productos similares de carne, despojos o sangre; preparaciones alimenticias a base de estos productos	1601
	Embutidos de la especie Porcina	16010091
	Las demás preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre	1602
	Trozos de jamón deshuesado.	160241

¹ Gallos, gallinas, patos, gansos, pavos (gallipavos) y pintadas.

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

La carne y los productos cárnicos transformados son una parte muy importante de la dieta de la población del Reino Unido. El tamaño del mercado se estima para el periodo 2011/12 en una cifra cercana a los 19 mil millones de libras (18,72 mil millones de libras).

El gasto en carne y productos cárnicos transformados representó el 23,6% del gasto total en alimentos en el Reino Unido de acuerdo con las estadísticas nacionales. El gasto en carne aumentó un 2,5% entre 2009 y 2010, pasando de 16,26 mil millones de libras a 16,67 mil millones. La estimación para el periodo 2012/13 es de un mercado de 19,1 mil millones de libras.

Según datos estadísticos del último Family Spending 2011², el consumidor británico medio gastó 53,20 libras a la semana en concepto de comida y bebidas no alcohólicas (una libra más que en 2009). De estas 53,20 libras, 11,60 libras fueron destinadas a carne y productos cárnicos:

		Media semanal de gasto por hogar	Total gasto semanal (millones £)	Número de Hogares de la Muestra	Desviación
1	Alimentos y bebidas No alcohólicas	53,20	1.400	5.230	0,9
1,1	Alimentos	48,90	1.287	5.230	0,9
	1.1.5 Carne de Vaca	1,70	45	2.370	2,4
	1.1.6 Carne de Cerdo	0,60	17	1.290	3,5
	1.1.7 Carne de Cordero	0,70	18	910	5,7
	1.1.8 Carne de Ave	2,00	52	2.710	2,1
	1.1.9 Beicon y Jamón	1,00	26	2.440	2,3
	1.1.10 Otras preparaciones	5,60	148	4.680	1,4
	1.1.10.1 Salchichas	0,80	21	2.430	2,4
	1.1.10.2 Asaduras, paté, etc.	0,10	3	770	4,7
	1.1.10.3 Otras preparaciones cárnicas	4,70	123	4.500	1,5
	1.1.10.4 Otras carnes	0,00	1	20	28,3

Fuente: Family Spending 2011, Office for National Statistics

² Office of National Statistics

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

Los consumidores han cambiado sus hábitos de compras en lo que a la carne se refiere. En el Reino Unido cada vez se consume más carne de pollo y cerdo, habiéndose reducido sustancialmente el consumo de la de cordero.

El 81% de este gasto se efectuó en grandes cadenas de supermercados.

La cesta de la compra anterior se completa de la siguiente forma: 7,10£ fueron en fruta y verdura (3,10£ en fruta y 4£ en verduras); 5£ gastadas en pan, arroz y cereales; 3,20£ en dulces y 4,30£ en bebidas no alcohólicas.

Una reciente encuesta realizada por Market Research para NEMS Key Note ha revelado que, a pesar de que algunos consumidores están reduciendo el consumo de carne por el aumento de precios de la misma (26,6%), la gran mayoría no lo están haciendo.

Una primera clasificación del sector cárnico podemos realizarla diferenciando entre carne ecológica y la carne tradicional:

Ventas de Carne por Categoría: Volumen total 2006-2011						
Toneladas (Kg)	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Normal	98,40%	98,10%	97,70%	98,80%	98,90%	99,00%
Ecológica / Comercio Justo	1,60%	1,90%	2,30%	1,20%	1,10%	1,00%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Euromonitor 2012

El mercado ecológico hay ido perdiendo peso en los últimos años a medida que el incremento en los precios de los productos ecológicos no ha sido capaz de venir acompañado de un verdadero y visible aumento de la calidad.

A continuación podemos ver una tabla que muestra la evolución de las ventas de carnes en el Reino Unido ordenadas por tipo:

Ventas de Carne por Categoría: Volumen total 2006-2011						
Toneladas (Kg)	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Carne de vacuno	438,0	450,2	451,6	448,4	449,3	451,1
Carne de cordero, carnero y cabra	135,3	141,3	140,1	135,5	128,2	119,1
Carne de cerdo	280,8	287,1	292,6	298,7	309,0	318,9
Carne de aves de corral	638,1	658,2	676,7	692,9	704,0	710,3
Otras carnes	5,9	6,2	6,3	6,3	6,4	6,4
TOTAL	1.498,1	1.543,0	1.567,3	1.581,8	1.596,9	1.605,8

Fuente: Euromonitor 2012

Los últimos cinco años han sido un período de crecimiento sorprendente para el producto cárnico en el Reino Unido.

Las previsiones para el período 2012-13 son de un crecimiento anual del 2,0%; lo que representa 25 mil millones de euros.

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

Ventas de Carne por Categoría: Volumen total 2006-2011		
Crecimiento (%)	2010/11	2006/11
Carne de vaca	0,40%	2,99%
Carne de cordero	-7,10%	-11,97%
Carne de cerdo	3,20%	13,57%
Carne de aves	0,89%	11,31%
Otras carnes	0,00%	8,47%
TOTAL	0,56%	7,19%

Fuente: Euromonitor 2012

Segmento Halal

El término Halal hace referencia al conjunto de prácticas permitidas por la religión musulmana.

Halal se puede traducir como “lo permisible”; abarcando desde el comportamiento, la vestimenta y el lenguaje, hasta los modales y la alimentación.

En lo referente al producto cárnico, Halal significa estar de acuerdo con las legislaciones alimenticias islámicas.

En Europa, la población Musulmana ha crecido más de un 140% en la última década. En el Reino Unido, la población Musulmana asciende a 1.702.273 personas (un 2,7% de la población total)³.

El 95% de los musulmanes practican una dieta Halal. Esto nos da un mercado de consumidores de productos Halal de más de 1.600.000 personas. Según Mintel⁴, las estimaciones de crecimiento de la población musulmana son de un 3% anual.

En lo referente al valor del mercado Halal, de acuerdo a la Conferencia “World Halal Forum Europe”⁵, en Noviembre de 2010 se estimó el valor del mercado en Europa en 50,242 mil millones de euros⁶. Las cifras para el Reino Unido varían, pero se acercan a los 1,57 mil millones de euros⁷.

Estamos hablando pues de un mercado importante, en constante crecimiento y que va a requerir nuevos proveedores.

³ CIA Fact Book; censo de Julio de 2012

⁴ <http://www.mintel.com/>

⁵ The 2nd World Halal Forum Europe – www.worldhalalforum.com (11-13 de Noviembre de 2010).

⁶ Para una Tasa de Cambio media €/€ (2010-11) de 1,273834

⁷ Para una Tasa de Cambio media €/€ (2010-11) de 1,273834

2. PRODUCCIÓN LOCAL

El Reino Unido se encuentra entre los 20 primeros países productores de carne del mundo. Especialmente en lo que se refiere a la carne de ave, vaca, cerdo y cordero.

Según estadísticas del DEFRA (Department for Environment, Food and Rural Affairs), en el último año, estos tipos de carne supusieron una producción de más de 3,5 millones de toneladas (carne en canal).

A continuación podemos ver la producción de cada tipo de carne en el Reino Unido, por miles de toneladas de carne en canal y por trimestres para el periodo 2009-2012⁸:

		Unidad: Miles de Toneladas en Canal				
Año	Trimestre	Producción TOTAL de Carne del Reino Unido	CARNE DE VACA			TOTAL
			Producido	Importado	Exportado	
2009	T1	798,5	207,5	64,9	26,0	246,4
	T2	785,7	204,0	71,7	23,5	252,2
	T3	808,0	189,9	71,4	22,6	238,7
	T4	884,4	221,9	76,1	27,2	270,8
2010	T1	828,1	216,7	66,4	27,7	255,4
	T2	827,0	220,1	70,9	29,1	262,0
	T3	863,2	220,6	70,5	31,8	259,4
	T4	945,6	240,0	73,8	40,3	273,4
2011	T1	877,0	241,1	65,8	40,1	266,8
	T2	853,2	232,0	67,7	42,6	257,1
	T3	891,3	225,5	69,7	43,5	251,7
	T4	929,9	233,0	83,2	43,4	272,8
2012	T1	880,6	221,8	64,8	34,5	252,1
	T2	856,7	216,5	65,5	29,5	252,6

Fuente: Defra, Octubre 2012

⁸ Sólo los dos primeros trimestres

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

		Unidad: Miles de Toneladas en Canal				
		Producción TOTAL de Carne del Reino Unido	CARNE DE AVES			
Año	Trimestre		Producido	Importado	Exportado	TOTAL
2009	T1	798,5	353,6	99,4	60,5	392,5
	T2	785,7	356,5	104,7	65,7	395,5
	T3	808,0	360,9	103,2	63,6	400,6
	T4	884,4	388,1	112,8	62,7	438,2
2010	T1	828,1	374,7	111,5	63,1	423,1
	T2	827,0	378,1	121,1	60,9	438,3
	T3	863,2	384,8	117,1	65,7	436,2
	T4	945,6	432,0	124,7	77,8	478,9
2011	T1	877,0	380,1	121,7	69,8	432,0
	T2	853,2	380,4	129,4	69,8	440,1
	T3	891,3	389,7	135,6	75,2	450,1
	T4	929,9	409,6	129,3	76,2	462,8
2012	T1	880,6	398,8	113,4	71,2	441,0
	T2	856,7	390,8	119,9	65,4	445,3

Fuente: Defra, Octubre 2012

		Unidad: Miles de Toneladas en Canal				
		Producción TOTAL de Carne del Reino Unido	CARNE DE CERDO			
Año	Trimestre		Producido	Importado	Exportado	TOTAL
2009	T1	798,5	165,2	200,5	32,7	333,1
	T2	785,7	159,7	206,8	27,8	338,6
	T3	808,0	171,2	191,7	33,2	329,7
	T4	884,4	185,1	216,7	40,4	361,5
2010	T1	828,1	175,9	204,0	39,3	340,6
	T2	827,0	170,7	206,0	38,6	338,1
	T3	863,2	176,0	197,0	40,8	332,2
	T4	945,6	187,2	206,7	49,8	344,1
2011	T1	877,0	189,1	193,7	44,9	337,9
	T2	853,2	178,6	196,8	45,5	329,9
	T3	891,3	191,8	192,5	52,0	332,2
	T4	929,9	199,7	198,9	49,2	349,3
2012	T1	880,6	194,9	176,8	46,2	325,6
	T2	856,7	187,2	169,7	38,9	318,0

Fuente: Defra, Octubre 2012

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

		Unidad: Miles de Toneladas en Canal				
		Producción TOTAL de Carne del Reino Unido	CARNE DE CORDERO			
Año	Trimestre		Producido	Importado	Exportado	TOTAL
2009	T1	798,5	72,2	45,0	22,9	92,6
	T2	785,7	65,5	48,4	19,6	93,2
	T3	808,0	86,1	25,3	26,9	82,2
	T4	884,4	89,4	24,4	28,9	82,2
2010	T1	828,1	60,7	42,8	20,9	80,8
	T2	827,0	58,0	40,9	19,3	78,5
	T3	863,2	81,7	23,2	25,1	76,8
	T4	945,6	86,4	21,4	26,8	76,9
2011	T1	877,0	66,7	33,5	22,0	75,4
	T2	853,2	62,2	35,5	20,0	75,7
	T3	891,3	84,2	20,2	27,8	73,3
	T4	929,9	87,6	20,5	29,9	74,6
2012	T1	880,6	65,0	26,4	23,1	65,9
	T2	856,7	62,1	32,3	19,8	72,6

Fuente: Defra, Octubre 2012

En los tres últimos años, la producción local de carne ha crecido un 8,4%; y en la comparativa de los dos primeros trimestres de 2012 con respecto a los de 2011 (año con más volumen) se aprecia un ligero aumento del 0,5%.

En general, las producciones de estas carnes subieron en el periodo 2009-2011 (de cerdo en un 1,5%; de vaca un 13,1% y de aves un 6,9%).

La carne de cordero, en cambio, cayó un 4%. Esta disminución en la producción se debe por una parte a la disminución de las ventas provocadas por la subida de precios; y por otra a la entrada de competidores extranjeros que ofertan un precio mucho más bajo.

Las principales empresas locales dedicadas a la producción cárnica (incluidas granjas y empresas ganaderas), ordenadas de mayor a menos cifra de ventas son las siguientes:

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

Ranking	Empresa	Venta (miles de GBP)	Empleados
1	Bernard Matthews Ltd.	470.844,0	3.489
2	Vion Agriculture Ltd.	456.207,0	1.233
3	Sun Valley Foods Ltd.	378.150,0	1.980
4	2 Sisters Food Group	320.153,0	299
5	Stonegate Farmers Ltd.	103.740,9	267
6	Fastnet Holdings Ltd.	103.392,0	135
7	Cranberry Foods Ltd.	97.997,0	695
8	P.D.Hook(Hatcheries)Ltd.	95.158,0	192
9	Banham Poultry Ltd	94.943,9	639
10	Meadow Quality Ltd.	78.434,9	36
11	Crown Chicken Ltd.	78.052,0	336
12	Easey Pigs Ltd.	60.497,0	29
13	H.R.Jasper & Son Ltd.	60.221,1	248
14	Goodwood Estate Co. Ltd.(The)	58.186,3	713
15	Gafoor Poultry Products Ltd.	52.421,0	138

Fuente: One Source, 2012

3. IMPORTACIONES

En este apartado vamos a centrarnos en las importaciones de productos cárnicos del Reino Unido, haciendo especial hincapié en el comercio entre España y Reino Unido.

Antes de analizar las importaciones británicas vamos a analizar qué posición ocupa el Reino Unido en el contexto de la exportación española de productos cárnicos.

Para ello hemos recurrido a las estadísticas de sectores del ICEX, concretamente al subsector 105 – Productos Cárnicos, que abarca todas las partidas que hemos expuesto antes.

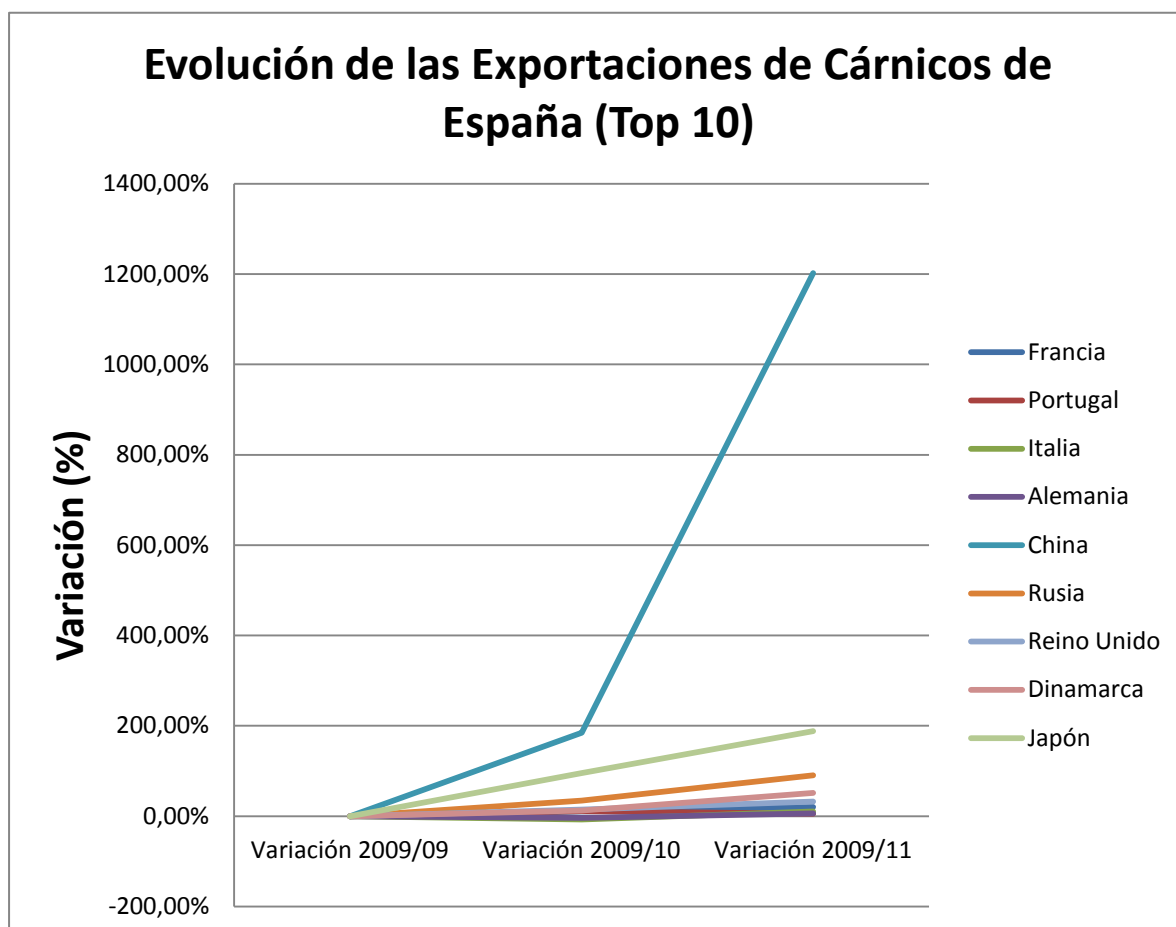
EXPORTACIONES DE ESPAÑA AL MUNDO (RANKING DE PAÍSES)

Rk	Países	2011	2010	2009	Variación 2009/11	Variación Ranking
		Millones de €	Millones de	Millones de €	(%)	(Puestos)
1	Francia	998,51	917,06	831,41	20,10%	=
2	Portugal	532,29	560,40	505,10	5,38%	=
3	Italia	396,54	332,53	359,17	10,40%	=
4	Alemania	287,44	260,03	270,45	6,28%	=
5	Rusia	215,72	152,63	113,27	90,45%	▲1
6	Reino Unido	160,42	138,90	121,03	32,55%	▼1
7	Países Bajos	110,86	85,30	63,64	74,21%	=
8	China	95,88	20,97	7,36	1202,18%	▲20
9	Dinamarca	91,60	68,14	60,50	51,41%	▼1
10	Japón	89,30	60,63	30,96	188,42%	▲6
Total Mundo		3.814,98	3.231,66	2.967,12	28,58%	-

ICEX –ESTACOM (Sector Agroalimentario, subsector Productos Cárnicos 105. 2012)

Como podemos apreciar, las exportaciones de España al mundo han crecido en los últimos tres años casi un 30%. El Reino Unido (a pesar de bajar un puesto) aumenta su importación de productos cárnicos españoles en un 32.55%, porcentaje superior a la media del crecimiento mundial y se sitúa en el 6º país al que más aumenta la exportación.

A continuación podemos ver la evolución de estos incrementos en la exportación. Para ello hemos tomado como año base el 2009 y hemos observado sus variaciones:



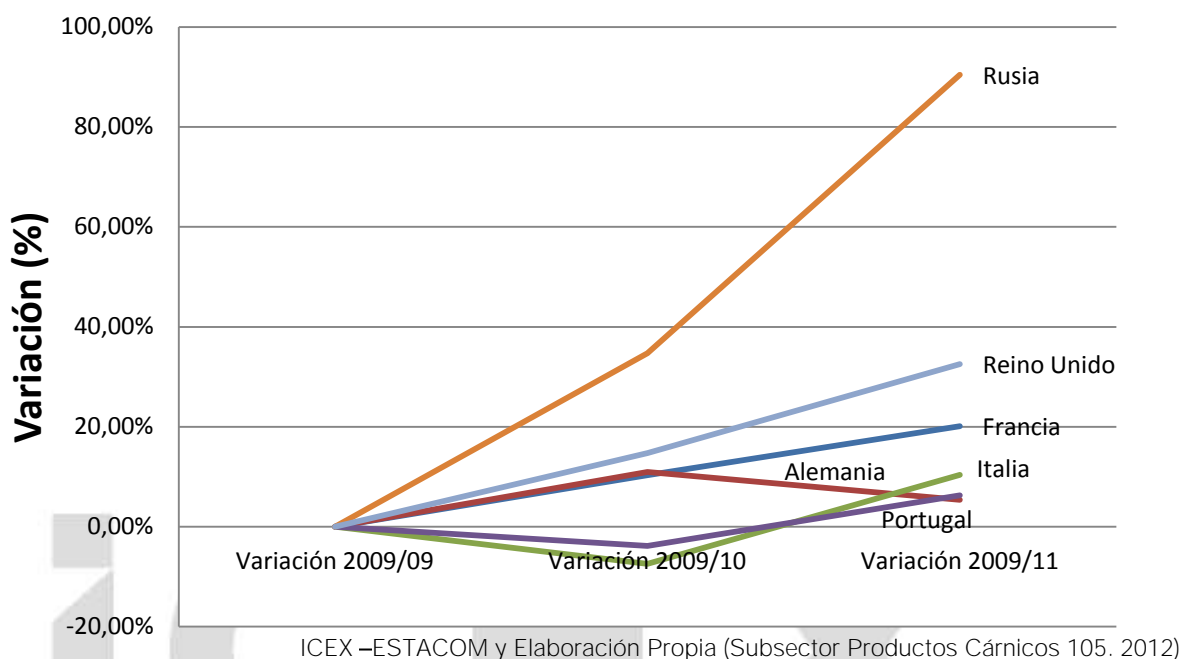
ICEX –ESTACOM y Elaboración Propia (Sector Agroalimentario, subsector Productos Cárnicos 105. 2012)

En este gráfico vemos el crecimiento acumulado en base al año 2009 de los mercados de los diez principales destinos de las exportaciones cárnicas españolas. En una expansión exponencial se encuentra China (1202,18%); que junto con Japón (188,42%), Rusia (90,45%) y los Países Bajos (74,21%) son los mercados que más. El Reino Unido está dentro de un segundo grupo que crece a una media del 28% (Reino Unido, Francia, Italia y Países Bajos).

Y por último, y aunque crezcan, empiezan a dar síntomas de mercados maduros Alemania y Portugal; cuyo crecimiento combinado se sitúa en el 5.83% (eso sí, entre los dos representan un 21,4% de las exportaciones mundiales españolas).

Centrando la gráfica en los seis primeros países (por volumen de exportación), quedaría de la siguiente manera:

Evolución de las Exportaciones de Cárnicos de España (Mayor valor de las Exportaciones)



De esta manera podemos observar como de nuestros principales mercados, los mercados portugueses e italianos se recuperaron en 2011 después de un crecimiento negativo en 2010 y que el mercado Alemán está reduciendo su crecimiento.

Si nos centramos en los países con el valor de las exportaciones más alto; el mercado británico el segundo destino que en el que más han aumentado las exportaciones españolas durante el período 2009 – 2011.

Para terminar de analizar las exportaciones de cárnicos vamos a ver una tabla comparativa en la que se refleje el crecimiento interanual, su media y el crecimiento acumulado en base al año 2009:

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

Rk	Países	Crecimiento Interanual		Media Crecimiento Interanual	Crecimiento Año Base 2009	
		2009/10	2010/11		2009/10	2009/11
1	China	184,74%	357,32%	271,03%	184,74%	1202,18%
2	Japón	95,83%	47,28%	71,56%	95,83%	188,42%
3	Rusia	34,75%	41,33%	38,04%	34,75%	90,45%
4	Países Bajos	34,05%	29,96%	32,00%	34,05%	74,21%
5	Dinamarca	12,64%	34,42%	23,53%	12,64%	51,41%
6	Reino Unido	14,77%	15,50%	15,13%	14,77%	32,55%
7	Francia	10,30%	8,88%	9,59%	10,30%	20,10%
8	Italia	-7,42%	19,25%	5,92%	-7,42%	10,40%
9	Alemania	-3,85%	10,54%	3,35%	-3,85%	6,28%
10	Portugal	10,95%	-5,02%	2,97%	10,95%	5,38%
Total Mundo		8,92%	18,05%	13,48%	8,92%	28,58%

ICEX –ESTACOM y Elaboración Propia (Subsector Productos Cárnicos 105. 2012)

Observando sólo el crecimiento interanual medio y el crecimiento acumulado en los tres últimos años, Alemania y Portugal se presentan como mercados maduros y con signos de estancamiento.

El Reino Unido, sin embargo mantiene un crecimiento anual del 15% y un acumulado del 32,55%.

Para terminar este análisis desde el punto de vista de las exportaciones españolas; podemos ver a continuación una tabla con todas las partidas que conforman todas las exportaciones cárnicas y sus derivados (vistas en el apartado 1.2.) al Reino Unido⁹:

⁹Únicamente la partida 0205 no aparece al no existir datos en la base de datos elaborada por la Agencia Tributaria de exportaciones de España al Reino Unido para esta partida.

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

Exportaciones de España al Reino Unido 2009 - 2011. Ordenadas de mayor a menos valor monetario			Año			Variación 2011/09
			2009	2010	2011	
1	Partida 0203	Millones €	67,21 €	60,30 €	66,64 €	-0,85%
		Millones Kg	34,89	27,21	28,64	-17,90%
2	Partida 1601	Millones €	22,14 €	35,92 €	45,02 €	103,30%
		Millones Kg	3,98	5,43	6,58	65,28%
	Partida 16010091	Millones €	21,99 €	35,58 €	44,45 €	102,16%
		Millones Kg	3,94	5,36	6,46	63,96%
3	Partida 0204	Millones €	8,43 €	15,28 €	16,33 €	93,76%
		Millones Kg	3,23	4,30	4,18	29,29%
4	Partida 0201-0202	Millones €	3,24 €	5,58 €	11,05 €	240,92%
		Millones Kg	1,28	2,15	3,32	158,91%
5	Partida 0207	Millones €	4,24 €	7,91 €	7,58 €	78,87%
		Millones Kg	2,42	5,56	6,20	156,54%
6	Partida 0210	Millones €	4,56 €	6,66 €	6,63 €	45,63%
		Millones Kg	0,37	0,86	0,90	140,11%
7	Partida 0206	Millones €	3,14 €	4,49 €	4,18 €	33,25%
		Millones Kg	1,42	1,76	1,76	23,63%
	Partida 021011	Millones €	1,20 €	1,74 €	2,07 €	72,40%
		Millones Kg	0,06	0,10	0,13	102,75%
8	Partida 1602	Millones €	6,69 €	1,27 €	1,69 €	-74,79%
		Millones Kg	2,54	0,32	0,96	-62,22%
9	Partida 0208	Millones €	0,72 €	0,93 €	0,92 €	28,25%
		Millones Kg	0,15	0,17	0,18	18,83%
10	Partida 0209	Millones €	0,66 €	0,55 €	0,37 €	-44,16%
		Millones Kg	1,07	0,75	0,51	-52,37%

Base de Datos de Comercio Exterior – Agencia Tributaria –Cámaras.org 2012

La carne de cerdo es la principal exportación de España al Reino Unido, que junto con los embutidos (sobre todo el chorizo, también de cerdo) representan casi el 70% del total de exportaciones. Las exportaciones de jamón curado se han visto incrementadas de forma importante en los tres últimos años y aunque se encuentran por debajo de las del chorizo, se considera que tienen a corto plazo un gran futuro en el mercado británico.

Los kilos de carne de cerdo fresca exportada han bajado sustancialmente (casi un 18% menos) pero en términos de valor, esta cifra se mantiene estable (con una ligera bajada) lo cual indica que las exportaciones de esta carne están ganando en valor unitario. Se exportan menos kilos, pero de una carne de mucho más valor.

Pasemos ahora, a ver partida a partida las importaciones de productos cárnicos del Reino Unido y su flujo con España:

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

IMPORTACIONES DE CARNE DE VACA

Partidas 0201 y 0202 (Carnes de Animales de la especie bovina fresca, refrigerada y congelada):

		Importaciones del Reino Unido			
	País	2011	2010	2009	Variación 2011/09
1	Irlanda	£587.476.225	£526.669.413	£461.101.005	27,41%
2	Holanda	£60.328.836	£50.455.381	£55.262.741	9,17%
3	Alemania	£24.866.894	£21.265.097	£26.272.777	-5,35%
4	Italia	£12.448.965	£10.786.198	£5.245.320	137,33%
5	Polonia	£10.958.100	£5.242.818	£4.843.539	126,24%
6	Bélgica	£10.458.407	£9.829.053	£8.086.394	29,33%
7	España	£9.499.363	£4.252.511	£3.769.344	152,02%
8	Francia	£6.384.239	£5.181.212	£6.078.707	5,03%
9	Dinamarca	£3.899.429	£4.099.650	£2.537.230	53,69%
TOTAL MUNDIAL		£858.096.429	£770.016.836	£718.613.706	19,41%

Fuente: HM Revenue and Customs, 2012

Las importaciones del Reino Unido de carne de vacuno han ido en aumento de forma general en los últimos tres años, con una subida de casi un 20%.

Cabe destacar el papel de España, que ha conseguido triplicar sus exportaciones al mercado británico.

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

IMPORTACIONES DE CARNE DE CERDO

Partida 0203:

		Importaciones del Reino Unido de Carne de Cerdo			
	País	2011	2010	2009	Variación 2011/09
1	Dinamarca	£212.621.135	£178.307.079	£181.869.908	16,91%
2	Alemania	£110.039.804	£87.403.103	£89.265.063	23,27%
3	Irlanda	£104.576.530	£107.352.839	£76.519.989	36,67%
4	Holanda	£102.814.846	£94.991.304	£87.163.993	17,96%
5	Francia	£65.619.213	£59.153.167	£61.637.642	6,46%
6	Bélgica	£60.670.363	£75.072.351	£67.914.835	-10,67%
7	España	£38.321.846	£33.362.100	£44.833.870	-14,52%
8	Polonia	£7.816.283	£2.754.665	£3.041.749	156,97%
9	Italia	£6.880.877	£3.132.712	£2.446.408	181,26%
TOTAL MUNDIAL		£723.829.595	£656.215.044	£636.195.885	13,77%

Fuente: HM Revenue and Customs, 2012

Las importaciones del Reino Unido de carne de cerdo fresca, refrigerada o congelada crecieron alrededor del 14% en el periodo considerado. Es importante señalar que a finales de 2009 y principios de 2010, se dieron casos de gripe porcina. Esto afectó a las exportaciones de algunos países donde se registró esta enfermedad, los cuales tuvieron una caída en las ventas en 2010. Entre estos países se encontraba España.

En 2011 los países que en el año anterior habían visto minoradas sus exportaciones experimentaron un crecimiento significativo.

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

IMPORTACIONES DE CARNE DE CORDERO DEL REINO UNIDO

Partida 0204:

		Importaciones del Reino Unido			
	País	2011	2010	2009	Variación 2011/09
1	Nueva Zelanda	£300.369.536	£291.034.961	£299.353.419	0,34%
2	Australia	£65.493.648	£48.395.013	£43.757.283	49,67%
3	Irlanda	£16.539.630	£15.296.869	£15.611.456	5,95%
4	España	£11.174.138	£11.574.409	£5.558.384	101,03%
5	Polonia	£3.620.476	Sin Datos	£111.512	3146,71%
6	Holanda	£2.882.988	£1.679.973	£430.954	568,98%
7	Francia	£1.974.190	£2.431.501	£1.891.724	4,36%
8	Islandia	£1.363.554	£2.680.844	£1.297.329	5,10%
9	Alemania	£1.292.383	£1.040.871	£1.639.436	-21,17%
TOTAL MUNDIAL		£414.670.786	£385.978.481	£382.157.161	8,51%

Fuente: HM Revenue and Customs, 2012

El mercado de carne de cordero también ha experimentado un crecimiento en los últimos tres años que se aproxima al 9%. Nueva Zelanda y Australia acapararon casi el 90% de las importaciones del Reino Unido.

España, ha duplicados sus exportaciones y se aproxima a Irlanda.

IMPORTACIONES DE CARNE CABALLAR, ASNAL Y MULAR DEL REINO UNIDO

Partida 0205:

España no exporta al El Reino Unido este tipo de carne. Por otra parte, e es exportador de carne caballar. No existen importaciones, salvo en algunas operaciones muy puntuales, concretamente una importación de Polonia por valor de 3.472 libras en 2011 y otra por valor de 91 libras desde Holanda en 2009.

(Manuel yo esto lo quitaría, la verdad es que no aporta nada.

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

IMPORTACIONES DE DESPOJOS COMESTIBLES DE LAS PARTIDAS ANTERIORES

Partida 0206:

		Importaciones			
	País	2011	2010	2009	Variación 2011/09
1	Nueva Zelanda	£13.877.828,00	£13.652.700,00	£12.966.022,00	7,03%
2	Irlanda	£12.893.887,00	£8.839.355,00	£6.639.088,00	94,21%
3	Holanda	£6.937.262,00	£6.849.168,00	£7.347.153,00	-5,58%
4	Australia	£2.912.715,00	£4.213.393,00	£5.781.394,00	-49,62%
5	Alemania	£2.190.040,00	£2.340.134,00	£3.639.257,00	-39,82%
6	Dinamarca	£2.103.419,00	£2.841.228,00	£8.645.554,00	-75,67%
7	Francia	£914.611,00	£919.480,00	£1.099.515,00	-16,82%
8	Bélgica	£727.455,00	£544.744,00	£327.105,00	122,39%
9	España	£489.264,00	£274.390,00	£230.872,00	111,92%
TOTAL MUNDIAL		£44.614.008	£41.972.430	£48.124.786	-7,30%

Fuente: HM Revenue and Customs, 2012

IMPORTACIONES DE CARNE DE AVE

Partida 0207:

		Importaciones del Reino Unido			
	País	2011	2010	2009	Variación 2011/09
1	Holanda	£492.694.380,00	£410.205.798,00	£441.953.095,00	11,48%
2	Irlanda	£140.849.082,00	£140.883.170,00	£62.056.645,00	126,97%
3	Polonia	£125.714.735,00	£102.146.940,00	£69.441.331,00	81,04%
4	Alemania	£69.169.590,00	£54.717.585,00	£51.814.241,00	33,50%
5	Francia	£57.108.812,00	£54.883.231,00	£62.916.307,00	-9,23%
...		...			
22	España	£7.849.892,00	£6.199.503,00	£4.143.637,00	89,44%
TOTAL MUNDIAL		£1.079.299.543	£952.324.674	£854.971.655	26,24%

Fuente: HM Revenue and Customs, 2012

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

España no ocupa una posición relevante como suministrador de carne de ave al Reino Unido.

Es importante señalar que el producto ecológico y la carne de pollo alimentada forma natural, a base de maíz por ejemplo son muy valoradas por el consumidor británico.

IMPORTACIONES DE LAS PARTIDAS 0208

		Importaciones			
	País	2011	2010	2009	Variación 2011/09
1	Nueva Zelanda	£2.852.351	£3.488.842	£4.231.883	-32,60%
2	Francia	£2.325.126	£2.040.038	£2.311.770	0,58%
3	Alemania	£1.137.893	£789.077	£300.832	278,25%
4	Polonia	£1.088.079	£833.040	£695.961	56,34%
5	Holanda	£391.480	£477.871	£790.925	-50,50%
6	España	£380.191	£302.148	£292.454	30,00%
7	Bélgica	£319.295	£222.337	£447.693	-28,68%
8	Australia	£128.135	£49.707	£161.724	-20,77%
9	Irlanda	£68.217	£147.035	£35.337	93,05%
TOTAL MUNDIAL		£8.898.831	£8.589.749	£9.710.870	-8,36%

Fuente: HM Revenue and Customs, 2012

Esta partida corresponde a las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados; incluyendo la carne de conejo, de liebre, la carne de caza o las ancas de rana.

IMPORTACIONES DE LAS PARTIDAS 0209

		Importaciones			
	País	2011	2010	2009	Variación 2011/09
1	Holanda	£2.159.355	£2.483.275	£3.303.917	-34,64%
2	Francia	£1.793.610	£1.062.590	£3.892.867	-53,93%
3	Alemania	£1.727.287	£456.139	£328.664	425,55%
4	Irlanda	£1.208.095	£775.773	£739.351	63,40%
5	Bélgica	£945.497	£335.845	£493.836	91,46%
6	Dinamarca	£820.186	£197.255	£1.830.434	-55,19%
7	Italia	£176.509	£216.244	£267.606	-34,04%
8	España	£88.063	£11.490	£136.796	-35,62%
9	Polonia	£65.183	£13.132	£200.560	-67,50%
TOTAL MUNDIAL		£8.997.117	£5.562.659	£11.444.868	-21,39%

Fuente: HM Revenue and Customs, 2012

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

La partida 0209 corresponde a tocino sin partes magras y grasa de cerdo o de ave sin fundir ni extraer de otro modo, frescos, refrigerados, congelados, salados o en salmuera, secos o ahumados

IMPORTACIONES DE CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES

Partida 0210 (carne y despojos comestibles, salados o en salmuera, secos o ahumados; harina y polvo comestibles, de carne o de despojos):

		Importaciones del Reino Unido			
	País	2011	2010	2009	Variación 2011/09
1	Dinamarca	£271.659.012	£301.144.889	£320.590.732	-15,26%
2	Holanda	£245.154.393	£265.549.063	£299.949.798	-18,27%
3	Alemania	£93.405.024	£87.378.699	£80.030.673	16,71%
4	Brasil	£80.615.850	£62.044.090	£45.840.860	75,86%
5	Italia	£33.124.708	£36.925.389	£42.000.851	-21,13%
6	Irlanda	£19.792.267	£16.478.323	£38.241.967	-48,24%
7	Francia	£17.463.720	£15.379.561	£16.853.470	3,62%
8	Chile	£9.997.759	£3.276.133	£1.301.709	668,05%
9	España	£7.028.509	£8.485.033	£9.704.770	-27,58%
TOTAL MUNDIAL		£44.614.008	£790.098.428	£800.610.181	£861.134.771

Fuete: HM Revenue and Customs, 2012

Esta categoría se divide en dos, Una que corresponde a la carne de cerdo (donde encontramos el jamón curado, por piezas sin deshuesar) y otra a la de vaca. También se incluyen productos como el beicon, el jamón cocido (seco o ahumado) y demás carnes condimentadas.

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

IMPORTACIONES DE JAMÓN SALADO, SECO O AHUMADO

Partida 021011 (jamón curado en piezas sin deshuesar):

		Importaciones del Reino Unido			
	País	2011	2010	2009	Variación 2011/09
1	Dinamarca	£18.569.059	£13.757.109	£815.656	2176,58%
2	Italia	£5.796.857	£4.615.213	£1.737.887	233,56%
3	Alemania	£3.064.705	£1.902.596	£1.149.908	166,52%
4	Holanda	£2.450.954	£1.174.691	£1.063.284	130,51%
5	Irlanda	£2.086.200	£2.429.228	£2.182.519	-4,41%
6	España	£1.514.589	£1.515.523	£1.400.589	8,14%
7	Bélgica	£1.106.552	£529.452	£362.793	205,01%
8	Polonia	£576.924	£694.934	£1.817.061	-68,25%
9	Francia	£23.770	£159.653	£1.011.030	-97,65%
TOTAL MUNDIAL		£40.401.875.000	£27.494.240.000	£12.084.015.000	234,34%

Fuete: HM Revenue and Customs, 2012

Dinamarca es uno de los principales productores del mundo de carne de cerdo y el primero de Europa. Tienen varios tipos de jamón muy apreciados y con una imagen de calidad muy alta; como son el jamón cocido, el beicon y el jamón ahumado.

Entre el resto de tipos de jamón que conforman esta partida encontramos el Prosciutto di Parma y el jamón serrano español (con todas sus variantes).

El mercado británico es un gran consumidor tradicional de jamón cocido y Prosciutto di Parma. El jamón español ha crecido en los tres últimos años y la tendencia para el futuro es positiva.

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

IMPORTACIONES EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE

Partida 1601 (Embutidos y productos similares de carne):

		Importaciones del Reino Unido			
	País	2011	2010	2009	Variación 2011/09
1	Alemania	£95.390.012	£85.918.248	£80.375.950	18,68%
2	España	£37.421.950	£28.078.493	£20.352.418	83,87%
3	Italia	£33.352.575	£31.367.727	£26.835.788	24,28%
4	Holanda	£31.617.884	£32.217.288	£30.447.142	3,85%
5	Polonia	£27.463.273	£21.316.121	£15.433.249	77,95%
6	Francia	£21.047.073	£4.915.745	£13.332.009	57,87%
7	Irlanda	£20.740.798	£24.987.002	£57.348.591	-63,83%
8	Dinamarca	£14.696.975	£15.847.851	£16.779.041	-12,41%
9	Bélgica	£6.000.397	£6.753.983	£7.722.132	-22,30%
TOTAL MUNDIAL		£299.019.170	£258.262.551	£274.153.817	9,07%

Fuente: HM Revenue and Customs, 2012

En esta categoría se encuentran los embutidos. El más significativo es el chorizo, el cual representa aproximadamente el 96% de esta partida.

A pesar de que España se sitúa por debajo de Alemania, es muy notable el progreso y aumento de las exportaciones en los últimos tres años; pasando de un 5º puesto al 2º en principales proveedores de embutidos al Reino Unido. En 2011, las ventas de chorizo superaron por primera vez al *prosciutto di Parma*.

Los datos parciales de 2012 (Enero - Agosto incluido) arrojan un crecimiento con respecto al mismo periodo del año de un 5,95%. Alemania crece sólo un 2,82% e Italia aumenta al 15,24%:

	País	2012 (Enero - Agosto)	2011 (Enero - Agosto)	Variación 2012/11
1	Alemania	£64.819.279	£63.040.152	2,82%
2	España	£26.591.528	£25.097.131	5,95%
3	Italia	£23.451.368	£20.349.144	15,24%

Fuente: HM Revenue and Customs, 2012

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

IMPORTACIONES DE CHORIZO

Partida 16010091 (embutidos, secos o para untar, sin cocer de la especie porcina):

		Importaciones del Reino Unido			
	País	2011	2010	2009	Variación 2011/09
1	Alemania	£41.651.711	£33.478.623	£27.284.682	52,66%
2	España	£36.015.606	£26.136.315	£18.924.766	90,31%
3	Italia	£24.002.485	£22.894.375	£20.065.613	19,62%
4	Holanda	£11.751.454	£10.699.265	£11.850.002	-0,83%
5	Polonia	£10.625.347	£11.245.243	£16.926.966	-37,23%
6	Francia	£4.830.998	£468.373	£336.709	1334,77%
7	Irlanda	£4.732.786	£2.412.048	£2.433.988	94,45%
8	Dinamarca	£4.477.301	£4.111.730	£2.489.607	79,84%
9	Bélgica	£2.835.512	£1.406.745	£1.619.599	75,07%
TOTAL MUNDIAL		£33.178.357.119	£33.180.271.231	£33.574.003.278	-1,18%

Fuente: HM Revenue and Customs, 2012

LAS DEMÁS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE

Partida 1602: En esta partida se encuadran todas las demás preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre, comprendiendo preparaciones homogeneizadas; de hígado de cualquier animal y bovinas.

		Importaciones del Reino Unido			
	País	2011	2010	2009	Variación 2011/09
1	Irlanda	£300.584.195	£206.424.525	£226.636.057	32,63%
2	Dinamarca	£121.440.121	£44.674.043	£43.195.358	181,14%
3	Holanda	£115.676.200	£76.282.394	£112.135.634	3,16%
4	Polonia	£106.542.462	£81.600.032	£77.955.878	36,67%
5	Alemania	£92.751.463	£91.400.958	£83.559.395	11,00%
...		...			
13	España	£3.412.904	£3.221.284	£3.441.124	-0,82%
TOTAL MUNDIAL		£925.363.780	£1.209.463.361	£1.194.668.235	-22,54%

Fuente: HM Revenue and Customs, 2012

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

Dentro de esta partida podemos encontrar la subpartida **160241** que podemos relacionar con el jamón loncheado (aunque también pueda incluirse en la partida **16010091**:

1602: Las demás preparaciones y conservas de carne

41 -----> Trozos de jamón deshuesado

	2011	2010	2009	Variación Periodo 2009 - 2011
País	Valor (Libras)	Valor (Libras)	Valor (Libras)	
Polonia	66.909.827	54.951.955	57.938.304	15,48%
Irlanda	32.651.746	19.599.311	29.783.006	9,63%
Alemania	30.938.610	21.424.853	25.930.094	19,32%
Italia	20.672.716	25.117.726	17.818.860	16,02%
Bélgica	6.080.053	9.172.523	8.473.643	-28,25%
Dinamarca	64.136.405	13.237.567	8.092.959	692,50%
Holanda	17.729.732	4.963.930	6.477.425	173,72%
España	1.694.000	2.556.020	2.247.386	-24,62%
Francia	4.788.357	2.142.513	1.477.189	224,15%
TOTAL MUNDIAL	246.356.731	153.797.725	158.757.650	55,18%

Fuente: HM Revenue and Customs, 2012

III . ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

El mercado británico cuenta con una amplia oferta alimenticia con representación prácticamente de todos los países del mundo. Es un mercado maduro con una competencia muy elevada, lo cual dificulta la entrada de productos no diferenciados, aunque es una oportunidad muy interesante para los que son innovadores.

El consumidor británico es exigente, busca sabores auténticos y productos libres de aditivos, colorantes y conservantes artificiales. Aunque el interés por los productos ecológicos está bajando hay aspectos que el consumidor percibe como atractivos; como son los productos elaborados de forma casera y artesanal.

Se da una paradoja con el consumidor británico: prefiere los productos ecológicos, aunque no está dispuesto en muchos casos a pagar el sobrecoste de estos.

Los consumidores tienen a su alcance productos innovadores y diferenciados, debido a los esfuerzos de las empresas por adaptarse a los cambios y tendencias en la demanda en un mercado tan dinámico y flexible como el de Reino Unido.

En el sector de los jamones y embutidos; ambos tienen un hueco en el mercado que está creciendo progresivamente, gracias a la buena imagen y percepción de calidad de los productos y la gastronomía españoles. El jamón curado sigue siendo uno de los más vendidos en este sector del mercado, sobre todo el loncheado y empaquetado; aunque se ha producido un ligero aumento en la demanda de jamón con hueso en estos últimos años.

Mark & Spencer declaró en un artículo del Daily Telegraph (junio 2011); que el chorizo había desbancado al embutido italiano; superando por primera vez las ventas del primero con respecto al producto italiano.

La mayoría de las grandes cadenas británicas ofrecen una selección de productos cárnicos muy variada. Dentro de los otros embutidos; el chorizo es el más famoso y vendido; el resto son poco conocidos, sobre todo por los clientes de las grandes cadenas.

En el sector charcutero, hay una clara tendencia hacia la compra de productos ya preparados y empaquetados. Son varios los factores que han contribuido a esta tendencia. Cabe destacar principalmente que los consumidores prefieren comprar de forma rápida y de una manera cómoda. Algunos consumidores piensan que los paquetes ya preparados son más frescos y que tienen una mejor relación calidad-precio y para muchos el tiempo extra necesario hace que el coste del producto sea excesivo. Como resultado, muchos productos

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

se pueden conseguir tanto en el formato ya empaquetado como comprarse al corte, y cada vez más hay productos que sólo tienen la presentación empaquetada y en lonchas.

España compite con, Italia, Países Bajos, Dinamarca, Irlanda y Alemania, países que también se encuentran en el ranking de los 10 de exportadores de carne y productos cárnicos al Reino Unido.

Entre otros factores, el ritmo de vida intenso del consumidor británico ha favorecido un fuerte crecimiento durante los últimos años de los snacks, la comida para llevar y el producto preparado y fácil (*conveniente*).

Una parte de la sociedad, con más información y alto poder adquisitivo, está compuesta por consumidores con preocupaciones crecientes por temas relacionados con la salud. Tiene preferencia por productos nacionales cuando es posible, así como por los naturales y ecológicos que no han sido modificados de manera artificial.

La investigadora líder de mercados Mintel tipifica a los consumidores británicos en cuatro grupos principales:

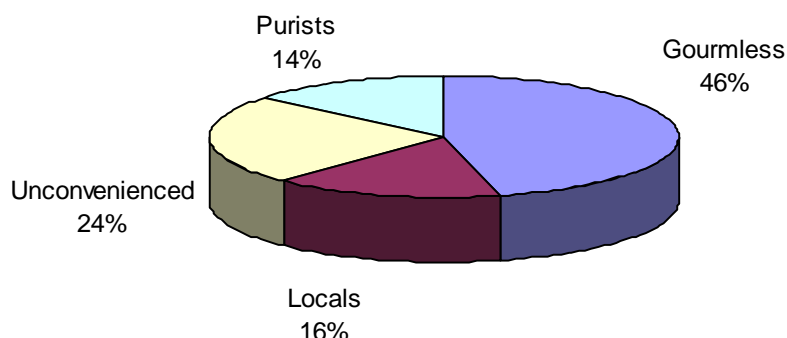
“*Gourmless*” o sin preocupación alguna por el tipo de producto: buscan exclusivamente la comodidad, la comida rápida, no están preocupados por la salud. Son el 46% de los consumidores, el 56% de ellos hombres.

“*Locals*” (locales): compran en la pequeña tienda, aunque un 21% de ellos compra también en los supermercados. Buscan producto fresco, natural, ecológico y dentro de éste, de manera creciente, la comodidad (*convenience*). El 16% de los consumidores responden a este perfil.

“*Unconvenienced*”: compran en el supermercado y no en la tienda local o de la esquina, pero buscan producto fresco y de calidad (24%).

“*Purists*, (puristas): eligen sólo productos de la más alta calidad, frescos y ecológicos. Son el 14% de los consumidores, de los cuales un 66% son mujeres.

Tipología del consumidor británico



Fuente: Mintel International Group Ltd., 2005

Reino Unido sigue siendo un país en el que la comida es una prioridad menor y con un gran número de “*gourmless*”. De éstos, un 40% son personas solas o que no han

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

formado una familia, un 20% son familias y otro 20% personas de la 3ª edad. En cuanto a estilos de vida cada vez más extendidos en el Reino Unido, Mintel identifica los siguientes grupos:

- **“Perpetual dieters”** o personas que están continuamente en dietas o regímenes para adelgazar o no engordar: un 10%. A pesar de ello, suelen seguir picando y comiendo entre comidas snacks y caprichos poco saludables; además suele ser un consumidor que busca comodidad, comida preparada y para llevar, etc.
- **“Goody Goodies”**, les gusta comer y no están preocupados por la dieta. Un 15%.
- **“Éticos”**, un 25%, identifican la comida rápida como mala para la salud y buscan otro tipo de alimentación, aunque también suelen consumir snacks y comida para llevar con moderación.
- **“Puritanos”**, les gusta cocinar desde el ingrediente, no toman snacks. Un 15%.
- **“Loungers”** u holgazanes, comen siempre comida preparada o fuera de casa. Aproximadamente un 20%.

Tendencias

La carne tuvo un año difícil en 2011, afectada por la subida de los precios. Esto no quiere decir que el gusto de los consumidores británicos por la carne haya disminuido pero sí está cambiando el tipo de carne que consumen y los hábitos de compra.

Debido a esta subida de precios, los consumidores han estado aprovechando la mezcla de ofertas de los lineales del supermercado de productos con una mayor relación precio calidad.

Además, se observa que los consumidores han estado cambiando entre tipos de carne; buscando siempre una más barata para ahorrar dinero. De esta forma encontramos que la carne de cerdo ha prosperado a expensas de la carne de cordero.

Antes de la presente coyuntura económica una persona consumía carne de vaca de alta calidad una vez cada dos semanas; ahora es cada tres o cuatro semanas. Entre medias, el consumo ha sido desplazado al cerdo y al pollo.

A pesar de que se ha visto afectada por el aumento del precio del grano en todo el mundo, la carne de pollo es muy apreciada por el consumidor.

Las salchichas, tanto de la carne de vaca como de cerdo están yendo contra la tendencia de estancamiento, creciendo con fuerza. En este segmento de mercado, los consumidores están dispuestos a pagar un sobreprecio por calidad, ya que las salchichas siguen siendo económicamente más asequibles.

El consumo de la carne de cordero ha caído en 2011 en torno al 7%. Sin embargo, es importante comprender que esto no es debido exclusivamente a razones de la demanda. Es sobre todo un problema de oferta. Los productores pueden obtener de la venta de cordero en el extranjero mayores ganancias de lo que obtienen en el mercado nacional. Esto hizo que en 2011 no hubiese grandes promociones de este tipo de carne (embases multi unidad, 3x2, etc.)

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

La cuota de mercado de la carne ecológica en el Reino Unido está bajando debido a su elevado precio. El consumidor, por la misma cantidad monetaria, prefiere la carne Premium de vaca tradicional a la carne ecológica de pollo.

Los carniceros independientes han sufrido una caída en picado en los últimos 20 años y aunque era previsible las dificultades económicas por las que atraviesa el país la tendencia vaya a cambiar. Sin embargo, aquellos que están sobreviviendo a la dominación creciente de los supermercados lo hacen debido a que se están especializando en productos de alta calidad.

Predicciones

Las proyecciones del Gobierno del Reino Unido estiman el gasto de los consumidores británicos de carne y productos cárnicos en unos 26,30 mil millones de euros para el 2015, un 24,4% más que en 2010.

Previsión de Ventas 2012-2016					
Toneladas (Kg)	2012	2013	2014	2015	2016
Carne de vacuno	454,7	459,7	465,4	471,9	480,4
Carne de cordero, carnero y cabra	113,7	110,3	107,8	105,8	104,3
Carne de cerdo	328,6	338,4	347,7	356,3	364,1
Carne de aves de corral	718,3	727,6	738,2	750,0	763,1
Otras carnes	6,5	6,5	6,5	6,6	6,6
TOTAL	1.621,8	1.642,5	1.665,6	1.690,6	1.718,5

Fuente: Defra, Octubre 2012

A pesar de estas previsiones, el crecimiento va a estar supeditado a la situación económica de los próximos años. Se considera que las tendencias descritas anteriormente continuarán.

Las exportaciones británicas de carne de cordero pueden verse afectadas por una devaluación del euro. Si esto fuese así tendrían que volver a centrarse en el mercado nacional.

La carne de alta calidad seguirá aumentando su precio y sufriendo una caída en el consumo. Respecto a este fenómeno, las más beneficiadas serán las empresas de comida rápida; como McDonalds, KFC y Subway en detrimento de los restaurantes locales.

Esta tendencia no es nueva, pero lejos de disminuir va en aumento. El consumidor está desplazando la calidad y fijándose en dos factores: cantidad y precio.

El futuro de la carne ecológica en el Reino Unido no es bueno. Sólo una recuperación económica mejor de la esperada podría evitar la caída continuada de este segmento de mercado. Y aún así, el verdadero problema radica la variedad de tipos de carne para elegir que existen además de la ecológica.

La guerra de precios entre los principales supermercados continuará y será un problema para la producción local que se verá desplazada por producción extranjera de

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

menor coste. Tesco y Asda, por ejemplo, fueron muy criticados en 2011 por huir de la carne de cerdo y pollo producida en el Reino Unido en favor de importaciones más económicas de Dinamarca y Holanda.

Sin embargo, el problema al que se enfrentan los productores nacionales son los bajos precios exigidos por los supermercados, los cuales tenderán a ir en disminución mientras los costes de producción suben.

ICEEX

IV . PRECIOS Y SU FORMACIÓN

A la hora de analizar los precios de las diferentes carnes y de los productos cárnicos transformados hay que tener en cuenta el impacto de la crisis económica que ha afectado a todos los países en este último periodo.

Según datos estadísticos del último Family Spending 2011, el 81% del gasto en Alimentación y Bebidas no Alcohólicas se efectuó en grandes cadenas de supermercados.

En el Reino Unido, este poder de los supermercados, les ha permitido trasladar la pérdida de margen hacia atrás en la cadena de suministro, mermando el beneficio de los productores.

Si a esto añadimos que en lo que se refiere a la cesta de la compra el gasto más importante del consumidor medio es en carne y los productos cárnicos transformados nos encontramos con un sector dominado por los grandes distribuidores en el que los precios siguen en aumento sin que estos supongan un aumento en los precios de base.

Un ejemplo que puede ilustrar el poder de negociación para establecer el precio de las grandes distribuidoras es el caso de Tesco. David Harman (Gerente de Compras), en una declaración a www.foodmanufacture.co.uk anunció que iban a aumentar en un 20% la cantidad de carne en sus platos precocinados sin que afectase al precio de venta. A esta declaración, Stephen Rossides (director de la BMPA¹⁰) comentó "...todos sabemos que la oferta de ganado es escaso y por lo tanto los precios son altos, así que, a menos que Tesco vaya a tener un margen más pequeño -cosa difícil de imaginar- apretará sus proveedores...".

Para realizar el análisis de los precios de las diferentes carnes vamos a estudiar primero los precios que se dan en los grandes distribuidores y retailers en el Reino Unido; analizando el precio máximo, mínimo, la media y la evolución en los últimos tres años. Posteriormente veremos una lista de precios para los tres supermercados más grandes del Reino Unido (Tesco, Sainsbury's y Asda). Además vamos a contemplar Waitrose, una cadena relativamente pequeña en comparación con las tres anteriores, pero segmentada en base a la calidad, ofreciendo productos de alta calidad a un segmento de clase medio-alta y alta.

¹⁰ British Meat Processors Association (www.bmpa.uk.com)

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

CARNE ROJA (Precios de Venta al Consumidor)

(GBP / Kg)		28 de Octubre de 2012			Precio Medio 26 de Octubre de 2011	Precio Medio 29 de Octubre de 2010	Variación 2012 - 2010
Tipo	Precio Medio	Mínimo	Máximo				
Vaca							14,35%
Filete para estofado	8,54	6,59	10,68	7,97	7,55	13,11%	
Trozos de carne para guisar	8,09	4,40	10,18	7,56	7,33	10,37%	
Solomillo	31,77	22,00	50,00	30,37	28,24	12,50%	
Carne picada Premium	6,47	2,57	9,80	6,10	5,89	9,85%	
Filete de lomo	13,94	8,80	16,78	13,10	12,23	13,98%	
Chuletón de ternera	20,00	15,49	25,98	19,17	18,24	9,65%	
Carne picada estándar	4,69	2,70	8,80	3,66	3,58	31,01%	
Cordero							13,05%
Chuletas	14,23	8,80	19,99	12,78	11,95	19,08%	
Trozos de cordero	11,78	5,50	15,00	11,80	10,11	16,52%	
Filetes de la pierna	10,02	7,49	15,98	9,91	9,38	6,82%	
Filetes de cordero	15,38	10,00	22,48	14,84	13,83	11,21%	
Chuletas de lomo	13,62	9,90	19,84	13,20	11,98	13,69%	
Carne de Cordero Picada	8,53	5,50	11,80	8,43	7,96	7,16%	
Paletilla (Con hueso)	7,34	5,50	9,98	6,84	6,24	17,63%	
Paletilla (sin hueso)	8,59	6,48	11,80	8,68	7,41	15,92%	
Pierna entera	9,74	6,00	15,98	9,82	8,90	9,44%	
Cerdo							5,07%
Trozos de cerdo	6,36	4,40	8,00	6,21	6,04	5,30%	
Filetes de la pierna	6,68	3,95	8,49	5,86	5,66	18,02%	
Filetes de Cerdo	8,56	5,95	10,68	8,70	8,50	0,71%	
Pierna (sin hueso)	6,57	5,49	8,18	6,14	6,28	4,62%	
Chuletas de lomo	5,85	3,00	9,79	5,85	6,27	-6,70%	
Filetes de lomo	8,10	5,90	9,99	7,78	8,12	-0,25%	
Cerdo picado	5,58	3,99	6,99	5,30	4,78	16,74%	
Paletilla(sin hueso)	5,34	2,00	7,18	5,48	5,23	2,10%	
Salchichas							15,66%
Cerdo (Tradicional)	5,76	4,38	7,25	5,24	4,98	15,66%	

Fte: Elaboración propia con datos de www.meat-prices.co.uk (28 de Octubre de 2012)

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

En los últimos tres años el precio de la carne subió una media del 13,5% para la carne de cordero y la de vaca. El cerdo también ha sufrido subidas, pero más bajas, de un 5,07%. Las salchichas, en su versión de cerdo tradicional también han tenido una subida en los precios de más del 15%.

CARNE DE AVE: POLLO Y PAVO (Precios al por mayor)

GBP por Kg	29-oct-12	26-oct-11	25-oct-10	Variación 2012/10
Pollos enteros destripados				3,50%
Pollos de engorde por debajo de 1100g	1,45	1,55	1,45	0,00%
Pollos de engorde 1150 - 1500g	1,45	1,52	1,4	3,57%
Pollos de engorde 1550 - 1950g	1,42	1,5	1,35	5,19%
Pollos de engorde 2000 - 2350g	1,4	1,5	1,33	5,26%
Carne de Pollo				12,36%
Pechuga de pollo entera sin piel	4	4,1	3,9	2,56%
Pechuga de pollo entera sin hueso	2,1	2,4	1,8	16,67%
Pechuga de pollo sin piel sin hueso	3,3	3,45	2,8	17,86%
Pavo entero				6,26%
Hasta 7,25 Kg	3,75	3,5	3,3	13,64%
7,50 - 9 Kg	3,5	3,35	3	16,67%
Catering: Más de 9 Kg	2,35	2,25	2,15	9,30%
Pechuga sin hueso y con piel (más de 4 kg)	4,1	5,45	4,8	-14,58%

Fuente: Elaboración propia con los datos de Smithfield Market, Octubre 2012

En las ventas al por mayor de carne de pollo y pavo, vemos cómo el precio también ha subido en los últimos tres años; sobretodo en la carne de pollo semi procesada (cortada y deshuesada, despellejada o ambas); donde la media de crecimiento es de un 12%.

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

Jamones y embutidos

Dentro de las preparaciones cárnicas vamos a centrarnos en las tres más importantes para la industria española; el jamón serrano, ibérico y el chorizo. En el listado de precios del jamón se incluye también al Jamón de Parma (máximo competidor).

CHORIZO		
Referencia	Precio	Supermercado
Waitrose Spanish Chorizo (60g)	£ 1,00	Waitrose
Unearthed Spanish Chorizo (130g)	£ 1,99	Waitrose
Waitrose Cooks' Ingredients Long Sliced Chorizo (100g)	£ 1,99	Waitrose
Waitrose Chorizo Ibérico de Bellota (22 per pack - 75g)	£ 3,99	Waitrose
Waitrose Cañiitas de Chorizo (3x27g)	£ 1,99	Waitrose
Marca Productor Chorizo de Pueblo Puchero (110g)	£ 2,00	Waitrose / TESCO / Sainsbury's
Waitrose Spanish Chorizo (180g)	£ 2,19	Waitrose
Unearthed Spanish Cooking Chorizo (200g)	£ 2,99	Waitrose
Unearthed Spanish Chistorra Chorizo (215g)	£ 2,99	Waitrose
Unearthed Chorizo de Leon (220g)	£ 3,49	Waitrose
Waitrose Spanish Chorizo Ring Picante (225g)	£ 3,49	Waitrose
Unearthed Spanish Chorizo Sausages (250g)	£ 3,59	Waitrose
Marca Productor Sarta de Chorizo Picante (260g)	£ 3,99	Waitrose
Waitrose Spanish Velita de Chorizo Ibérico (250g)	£ 3,99	Waitrose
Marca Productor Chorizo Tradicional (390g)	£ 5,00	Waitrose / TESCO / Sainsbury's
Marca Productor Sarta de Chorizo Ibérico (250g)	£ 6.75	Waitrose
Free Range Ibérico Chorizo de Bellota (700g)	£ 33.90	Waitrose
TESCO Continental Selection Chorizo (100g)	£ 1,00	TESCO
TESCO Counter Loose Spanish Chorizo Sarta Doux (100g)	£ 1,50	TESCO
TESCO Spanish Chorizo Sausage (150g)	£ 1,70	TESCO

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

TESCO Finest Spanish Chorizo Ring (225g)	£ 2,50	TESCO
Sainsbury's Spanish Chorizo (15 per pack - 70g)	£ 1,00	Sainsbury's
Marca Productor Snacking Chorizo (80g)	£ 1,69	Sainsbury's
Sainsbury's Chorizo Ibérico Bellota Taste the Difference (40g)	£ 1,75	Sainsbury's
Sainsbury's Spanish Chorizo (38 per pack - 180g)	£ 1,89	Sainsbury's
Sainsbury's Spanish Spicy Chorizo (38 per pack - 180g)	£ 1,89	Sainsbury's
Sainsbury's Diced Chorizo (150g)	£ 2,50	Sainsbury's
Sainsbury's Spicy Chorizo Ring (225g)	£ 2,50	Sainsbury's
Marca Productor Chorizo Ring (200g)	£ 3,00	Sainsbury's
Sarta de Chorizo Ibérico (200g)	£ 3,89	Sainsbury's
Marca Productor Chorizo de Pueblo (225g)	£ 3,00	Sainsbury's
ASDA Chosen by You Sliced Chorizo (130g)	£ 1,50	ASDA
ASDA Chorizo Cooking Sausage (200g)	£ 1,85	ASDA
ASDA Chosen by You Spanish Diced Chorizo (130g)	£ 1,85	ASDA
ASDA Extra Special Chorizo Casero Sausage (225g)	£ 2,00	ASDA
ASDA Extra Special Spicy Spanish Chorizo Casero Spicy (225g)	£ 2,00	ASDA

Fte: Elaboración propia (30 de Octubre de 2012)

JAMÓN CURADO Y PROSCIUTTO DI PARMA		
Referencia	Precio	Supermercado
Unearthed Italian Prosciutto Crudo (75g)	£ 1,99	Waitrose
Sweet Dry Cured Prosciutto Crudo (6 per pack - 80g)	£ 2,59	Waitrose
Marca Productor Austrian Mountain Schinkenspeck (100g)	£ 2,49	Waitrose
Waitrose Paleta Ibérica Bellota (65g)	£ 4,99	Waitrose
Waitrose Prosciutto di Parma (90g)	£ 4,49	Waitrose
Waitrose Jamón Ibérico de Bellota (65g)	£ 5,99	Waitrose
Marca Productor Unearthed Proscuitto (70g)	£ 2,99	Waitrose
Tesco Finest 14 Month Matured Parma Ham (88g)	£ 2,65 /	Tesco / ASDA

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

	£ 3,00	
Marca Productor 6 Month Matured Parma Ham (80g)	£ 3,00	Tesco
Tesco Finest 18 Month Parma Ham (75g)	£ 3,00	Tesco
12 Month Matured Spanish Serrano Ham (100g)	£ 3,00	Tesco
Italian Parma Ham (6 per pack - 85g)	£ 1,75 /£ 2,69	Tesco / Sainsbury's
Sainsbury's Italian Prosciutto Crudo (5 per pack - 70g)	£ 1,65	Sainsbury's
Sainsbury's Taste the Difference Prosciutto di Speck (40g)	£ 1,75	Sainsbury's
Sainsbury's Taste the Difference Prosciutto di Parma (25g)	£ 1,75	Sainsbury's
Sainsbury's Serrano Ham (5 per pack - 70g)	£ 2,10	Sainsbury's
Sainsbury's Parma Ham Slices (10 per pack - 140g)	£ 3,79	Sainsbury's
Marca Productor 12 Month Parma Ham (70g)	£ 3,99	Sainsbury's
Sainsbury's 24 Month Parma Ham (6 per pack - 75g)	£ 4,00	Sainsbury's
ASDA Chosen by You Spanish Prosciutto (40g)	£ 1,00	ASDA
ASDA Chosen by You Italian Prosciutto (75g)	£ 1,50	ASDA

Fte: Elaboración propia (30 de Octubre de 2012)

Para hacer una análisis de la evolución en los últimos años, veamos primero los precios a fecha de Julio de 2009 para el jamón y el chorizo en el Reino Unido:

Precios del jamón en distintos establecimientos (julio de 2009):

- Sainsbury's Serrano Ham, 85 gr.: £ 3,29 (£3,87/100g)
- Sainsbury's Tapas Selection, continene jamón serrano y chorizo, 120 gr.: £ 3,65 (£3,04/100g)
- Jamón serrano Waitrose: £36,5/kg
- Waitrose Serrano Ham, 85 gr.: £ 3,75 (£4,41/100g)
- Jamón serrano, 200 gr. en Tesco: £1,89 (£0.95/100g)
- ASDA Extra Special Serrano ham, 85 gr.: £3 (£3,53/100g)

Precios del chorizo en distintos establecimientos (julio de 2009):

- Sainsbury's Chorizo Slices, 100 gr.: £ 1,14 (£1.14/100g)

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

- Sainsbury's Ibérico Chorizo Bellota Slices, 75 gr.: £ 2,69 (£3,59/100g)
- Waitrose Spanish Chorizo Slices, 100 gr.: £ 1,99 (£1,99/100g)
- Chorizo Marca Productor 360 gr. en Waitrose: £6,39 (£1.77/100g)
- Chorizo Ibérico español sarta 250 gr. en Waitrose: £6,75 (£2,70/100g)

Estos son los productos que encontramos en los lineales de los principales supermercados. Como podemos observar, la tendencia es el loncheado y envasado. En estos establecimientos, el jamón no se comercializa por piezas.

El chorizo se encuentra en formato de ristras y loncheado.

En cuanto al tamaño de los envases se observa un decremento en los mismos. Si el formato más utilizado para el jamón en 2009 era el de 85 gr. y 100 gr., en 2012 ha pasado a ser de un tamaño de 40, 60 y 75gr. Estos son formatos que podemos denominar como formatos delicatessen.

Para el chorizo el formato más popular en 2012 fue el comprendido entre los 110gr. y los 225gr.

Los precios por bandeja de los productos españoles se han mantenido, pero el peso ha bajado.

Ofertas en Lineales

En el Reino Unido, es habitual encontrar promociones en el lineal. A diferencia de lo que ocurre en España (que se basa en descuentos directos o redondeos a la baja sobre una unidad de producto), aquí hay todo tipo de promociones basadas en el descuento del precio.

Las principales promociones que podemos encontrar en los lineales son:

- **Half price** (productos a mitad de precio temporalmente, usado para introducir productos nuevos).
- **Price reduce** (precio reducido; en productos que están a un día de caducar).
- **2x£5** (En productos de precios de 2,5 a 3,60 £)
- **2x£7** (En productos de precios de 3,75 a 4,50 £)
- **3x£5** (En productos de precios de 1,66 a 2,20 £)
- **2x£10** (En productos de precios de 5,5 a 7 £)
- **3x£10** (En productos de precios de 3,33 a 4,60 £)
- **Mix and Match** (mezcle y lleve). Se agrupa en un mismo precio diferentes productos, permitiendo al consumidor diversificar su compra).

V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

El comportamiento del producto cárnico español en el mercado británico es bueno, debido a la buena imagen y la percepción de calidad del mismo por parte del consumidor. Sin embargo, teniendo en cuenta que es un mercado donde compiten muchos países del mundo, especialmente Italia, Alemania y Dinamarca, es necesaria la inversión en promoción.

El interés que despierta el producto español en los consumidores británicos está favoreciendo el conocimiento del mismo y el incremento de sus ventas. No cabe la menor duda que la importancia que la gastronomía española está alcanzando en todo el país, apoya fuertemente lo anterior. Hoy, la gastronomía española está realmente en vanguardia gracias al interés de chefs y de los medios de comunicación

Sin embargo a nivel marcas, el consumidor británico no conoce las existentes de los diferentes fabricantes y elaboradores. Esto se debe a que el mercado opera principalmente a través de marcas blancas. El canal Online que cada vez cobra mas importancia en el Reino Unido, es el que más facilita el reconocimiento de la marca España.

El jamón español afronta todavía algunas dificultades en el mercado. Aparte de la fuerte competencia del jamón curado de otras procedencias, especialmente de Italia, nos encontramos que los jamones españoles, ya sean ibéricos o serranos compiten entre si, con políticas poco claras de precios y con falta de información al consumidor final.

Existe cierta confusión con la abundante y a veces errónea, terminología: serrano, bodega, reserva, pata negra, ibérico, cebo, recebo, bellota, Jabugo. En el Reino Unido, el producto español **todavía se ve como relativamente especial y “exótico”**.

El chorizo es muy valorado por el consumidor y sus ventas ya superan a las de embutidos italianos.

La importancia que están adquiriendo los productos curados españoles se manifestó de forma especial el año pasado cuando el supermercado Waitrose sacó una gama de loncheados ibéricos de marca blanca. Los productos que ofrece son: jamón, paleta, chorizo y surtido, todo ello ibérico.

Es necesario un esfuerzo en promoción para dar a conocer, al consumidor en general, el producto cárnico español utilizando como referencia o asociándolo con los productos que ya conoce, como son el chorizo y del jamón

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

La inversión en marketing es esencial, pero los fabricantes deben seguir trabajando en el producto y su envase. Los alimentos españoles son un mercado en crecimiento en el Reino Unido y es el momento adecuado para empujar este crecimiento.

ICEEX

VI. DISTRIBUCIÓN

El Reino Unido tiene más de 95.000 tiendas de alimentación divididas en 4 segmentos:

- Tiendas de conveniencia (superficie menor a 914 metros)
- Tiendas minoristas tradicionales (superficie mayor a 914 metros)
- Supermercados (superficie entre 914 y 7.620 metros) e Hipermercados (superficie entorno a 7.620 metros)
- Canales alternativos (quioscos, mercadillos, venta por catálogo)

Las grandes cadenas de supermercados concentran el 76% de las ventas de productos agroalimentarios en general, así como de transformados cárnicos. Cuatro grandes cadenas detallistas: Tesco, como líder del mercado, seguido de ASDA, Sainsbury's y Morrisons poseen el poder de compra en el mercado, lo que favorece un clima de competencia extrema.

Cuotas de mercado de la distribución

Supermercado	<u>2011</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Tesco	30.2%	27,2%	<u>27%</u>
Asda	17.0%	14,4%	14,3%
Sainsbury's	16.3%	14,8%	14,6%
Morrisons	12.2%	11,3%	10,9%
Co-operative	6.7%	6,6%	7,6%

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

Waitrose	4.3%	3%	3,1%
Iceland	1.9%	1,9%	1,8%
Aldi	3.1%	2,4%	2,3%
Lidl	2.5%	2,1%	2%
Netto	0.7%	0.7%	0.7%
Symbols & Independents	2.3%	1,4%	1,5%

Fuente: Irish Food Board. UK Retail Market, Julio 2011

Datos ofrecidos por Euromonitor en 2012; cifran las cuotas de mercado de los principales canales de distribución de la siguiente manera:

- Canal detallista : **73%**
- Canales canal Horeca e institucional (escuelas, organismos, hospitales): **27%**

En la mayoría de los casos, el producto se distribuye en el Reino Unido a través de importadores que abastecen a los mayoristas, grandes cadenas de supermercados y al sector Horeca (catering, restauración y hostelería).

También puede ser importado directamente por las grandes cadenas. El problema en este caso para el productor radica en la dificultad para tratar con estos compradores y su enorme poder de negociación.

Para una empresa española es mucho más recomendable intentar entrar en contacto con los importadores quienes, serán capaces de orientar a la empresa española hacia el canal más adecuado para sus productos. Estos importadores no sólo tratan con las grandes cadenas detallistas sino que también se encargan de tratar con los pequeños establecimientos gourmet y con el canal Horeca.

Las marcas blancas forman parte de la estrategia de las grandes cadenas para aumentar sus beneficios. El gran desarrollo de la marca blanca se puede observar en estos hechos:

- Las cadenas más importantes venden la mayoría del producto con su propia marca.

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

- Los principales minoristas venden el 40% de la comida con su propia marca.
- La mayoría de los minoristas tienen una variedad de productos dentro de su marca blanca: económicos, delicatesen y orientados a la salud.

Las tiendas independientes delicatesen están orientadas a un público de alto nivel adquisitivo contando normalmente sus estanterías con productos de mayor calidad que las grandes cadenas de supermercados, aunque éstas ya cuentan con zonas dedicadas a la venta de productos gourmet para competir con ellas, consiguiendo ganar ,poco a poco, una mayor cuota de mercado.

El producto español está ya muy presente en el segmento gourmet, alta restauración y especialmente en las secciones “fine foods” de las grandes cadenas detallistas así como en los “Food Halls de grandes almacenes tales como Selfridge’s, Harrod’s, Harvey & Nichols y Fortnum & Mason como ejemplos.

Para acceder a la distribución británica hay que estar dispuesto a invertir y ser paciente con los resultados, eligiendo entre las grandes cadenas, los independientes l el sector Horeca. La cadena de suministro en este país es eficiente, dinámica y continúa creciendo.

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Para obtener información de cómo importar carne y productos cárnicos al Reino Unido se recomienda visitar las siguientes páginas webs:

DEFRA (Department for Environment Food and Rural Affairs)

www.defra.gov.uk

En el apartado *Exports & Trade - Import and export regulations* y en *Animal Health and Welfare - International Trade* aparece toda la información para comercializar productos de origen animal en el Reino Unido.

Foods Standards Agency

www.food.gov.uk

Aquí puede consultar información sobre todo el proceso de importación a Reino Unido (en Quick Links – Imports). Además, de normas sobre higiene, seguridad, empaquetado y etiquetado.

Unión Europea

http://ec.europa.eu/food/index_en.htm

Página de la UE dedicada al sector alimentario. Dentro de *Internacional Affaire – Import Conditions* encontrará el documento “EU import conditions for fresh meat and meat products” sobre la legislación y normas para importar carne dentro de la UE (disponible en español).

ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior)

www.icex.es

En Comenzar a Exportar encontrará herramientas para realizar un plan de exportación como *Pasaporte al Exterior*.

Secretaría de Estado de Comercio del Gobierno de España

www.comercio.es/comercio/bienvenido/Comercio+Exterior/pagComercioExterior.htm

Página web dedicada al comercio exterior.

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

La entrada en las grandes cadenas de distribución es para cualquier producto complicada. Los márgenes que ofrecen son bajos debido a la continua búsqueda de la combinación precio y calidad.

Las grandes cadenas imponen requisitos específicos durante la negociación como son las condiciones de entrega; el envasado y etiquetado; las garantías de higiene y sanidad; el apoyo para la promoción del producto en el punto de venta (promociones y descuentos) y el medio de pago.

Para acceder a estos canales es necesario, en muchas ocasiones, contar con sistemas de gestión y aseguramiento de la calidad como:

- HACCP / ARPCP
- EFSIS (European Food Safety Inspection Service)
- ISO 9001.2000
- BRC Standards (British Retail Consortium)

Muchos detallistas sólo consideran la posibilidad de hacer negocios con aquellos proveedores que hayan conseguido la acreditación BRC correspondiente.

Etiquetado

Las normas son las que exige la Unión Europea. A este respecto la legislación Comunitaria se ha traspuesto principalmente en: - **“The Food Labelling Regulations 1996”**, con las enmiendas de 1998 y 1999, contienen las principales normas que rigen el etiquetado de alimentos y son de aplicación directa en Inglaterra, Gales y Escocia.

De forma separada, aunque muy similar, se puede encontrar la normativa para Irlanda del Norte. Estas normas son complementadas, en algunos casos, con normativa específica para productos concretos, pero este no es el caso del queso.

The Food Labeling Regulations 1996, puede consultarse directamente en la web de la Oficina de Información del Sector Público en la dirección:

http://www.opsi.gov.uk/si/si1996/Uksi_19961499_en_1.htm

En general, la información contenida en la etiqueta ha de ser veraz, debiendo incluir: nombre del producto, lista de ingredientes añadidos si los hubiera (hierbas, etc.), fecha de caducidad o de consumo preferente, cualquier condición especial de conservación o uso, nombre y dirección del fabricante, del envasador o del vendedor, así como el origen del producto.

La Food Standards Agency, es el organismo encargado de desarrollar las normas relativas a los alimentos y de velar por la seguridad alimentaria, a través del control y seguimiento de los alimentos. Esta Agencia fue creada por Food Standards Act 1999, donde se estableció, el objetivo, las funciones y competencias de este organismo. En su página web: <http://www.food.gov.uk>, puede encontrar información sobre etiquetado y legislación que afecta a los diferentes productos agroalimentarios, en los apartados **“Labelling & Packaging”** y **“Food Industries”**, respectivamente.

Certificaciones

BRC Global Standards En 1998 el British Retail Consortium, respondiendo a las necesidades de la industria desarrollaron e introdujeron las BRC Food Technical Standard 1 para evaluar a los proveedores de marca blanca de los establecimientos detallistas. En poco tiempo, estos estándares adquirieron gran prestigio en el sector. Fueron, en su día, y todavía son vistos, como punto de referencia de las mejores prácticas dentro de la industria alimentaria. Esto, unido a su uso, también, fuera del Reino Unido, los ha convertido en un Estándar Global, no sólo para evaluar a los proveedores, sino como marco de referencia en el que muchas empresas basan sus programas de evaluación de proveedores y fabrican sus productos de marca blanca.

Muchos minoristas del Reino Unido exigen a sus proveedores la posesión de la certificación Global Food Standard del BRC. Esta exigencia será prácticamente obligatoria, si lo que queremos es fabricar la marca blanca de alguno de las grandes cadenas detallistas de Reino Unido. En la web de BRC Standards, <http://www.brc.org.uk/standards>, se dispone de completa información al respecto así como acceso al directorio BRC Global Standards Directory, en el se pueden consultar los alimentos, envases y proveedores certificados por BRC, Organismos de Certificación y empresas autorizadas para formación en BRC Global Standards. La consulta del directorio requiere de registro, pero éste es gratuito.

Acreditación Halal

La certificación Halal es una garantía de que un producto ha sido cuidadosamente investigado y ha demostrado cumplir con las leyes alimentarias islámicas.

Como todos los procesos de acreditación de cierta importancia, no es una decisión que debe tomarse a la ligera y los productores deben entender bien que es Halal y lo que significa para los musulmanes antes de proseguir.

El procedimiento para obtener la certificación es, en general, el mismo que hay que seguir para conseguir los de la mayoría de los organismos certificadores, es decir:

- Comunicación con la agencia elegida para la certificación y petición de un formulario de solicitud.
- Envío el formulario completo, con las tasas correspondientes. En muchas ocasiones se tendrá que facilitar detalles sobre los productos y las instalaciones en que se elaboran incluyendo el proceso de producción, ingredientes, procedimientos de limpieza, embalaje, etc.
- La asociación certificadora examinará minuciosamente los detalles proporcionados en la solicitud y hará una auditoría de las instalaciones y del resto de lugares donde se procese el producto.
- Pasado los trámites, si se es aprobado, la empresa recibirá un certificado Halal, de una validez de un año y renovable a partir de entonces (normalmente).

Con el fin de obtener la certificación Halal, los productores de alimentos a menudo tienen que hacer cambios en toda su cadena de producción, desde la materia prima hasta los sistemas de envasado y limpieza.

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

Los organismos reguladores en el Reino Unido son la Halal Food Authority (HFA), The Muslim Food Board y el Halal Monitoring Committee. Estas son las organizaciones no lucrativas que hacen la función de supervisar, inspeccionar y certificar los productos Halal.

La oficina comercial del ICEX en Londres tiene elaborado un documento sobre la obtención del certificado Hala para empresas españolas.

Empaquetado y embalaje.

La legislación principal del Empaquetado en el Reino Unido está impulsado por la Directiva 94/92/EC residuos de envases, su aplicación es a través de:

- El material de plástico y objetos en contacto con alimentos - Legislación 2009
- BRC / IOP Estándar para Materiales de Empaque y Embalaje.
- Obligaciones Responsabilidad del Productor - Embalaje (Requisitos esenciales) de 2003

The image shows a large, light gray watermark logo of the word "ICEX" in a bold, sans-serif font. The letters are slightly faded and positioned in the lower half of the page.

VIII. ANEXOS

1. FERIAS

Ferias Profesionales:

- Speciality & Fine Food Fair - <http://www.specialityandfinefoodfairs.co.uk> (anual)
- International Food Exhibition – IFE- <http://www.ife.co.uk> (bienal)
- The Restaurant Show – <http://www.therestaurantshow.co.uk> (anual)
- Hotelympia – <http://www.hotelympia.com> (bienal)
- Food & Drink Expo – <http://www.foodanddrinkexpo.co.uk> (bienal)

Ferias de Consumidor:

- The BBC Good Food Show <http://www.bbcgoodfoodshow.co.uk>

2. PUBLICACIONES DEL SECTOR

SECTOR PROFESIONAL DE ALIMENTACIÓN

The Grocer (semanal)

William Reed Publishing Ltd

Broadfield Park

Crawley

RH11 9RT

VAT number:

GB 644 3073 52

Teléfono: +44 (0)1293 613400

Teléfono especial para publicidad: + 44 (0)1293 610216.

Web: <http://www.thegrocer.co.uk>

Asimismo, pueden consultar el resto de publicaciones de William Reed, que encontrarán en la web <http://www.foodanddrink.co.uk>

Fine Food Digest (mensual)

Especializada en productos gourmet.

PO Box 1525

Gillingham

Dorset SP8 4WA

Teléfono: + 44 (0)1747 822290

Fax: + 44 (0)1747 822289

Web: <http://www.finefoodworld.co.uk>

e-mail: info@finefoodworld.co.uk

SECTOR PROFESIONAL RESTAURACIÓN

Caterer & Hotelkeeper (semanal)

Revista dirigida al sector profesional de catering y restauración, con las novedades en alimentos, bebidas y equipamiento.

Tel: +44 (0)1444 475633

Email: caterer.subs@qss-uk.com

The Restaurant Magazine (mensual).

Publicidad: + 44(0)20 7534 3782/3783

<http://www.restaurantmagazine.co.uk>

SECTOR CONSUMIDOR

BBC Good Food Magazine (mensual)

Revista mensual dedicada al consumidor interesado en cocina y alimentación, con una tirada de 325.240 ejemplares.

Publicidad Persona de contacto: Gemma Pitts

E-mail: gemma.pitts@bbc.co.uk

Teléfono: 020 8433 3943

<http://www.bbcmagazines.com/content/magazines/goodfood>

Olive (mensual)

Revista mensual para los amantes de la buena cocina, con recetas e información sobre restaurantes y viajes. Tirada de 66.014 ejemplares.

Publicidad Persona de contacto: Jayne Rendall

E-mail: jayne.rendall@bbc.co.uk

Teléfono: + 44 (0)20 8433 1823

Web: <http://www.olivemagazine.co.uk>

Fresh (mensual)

Garden Studios

11-15 Betterton Street

London WC2H 9BP
Teléfono: + 44 (0)20 8334 1790
E-mail: fiona@livingfresh.co.uk
<http://www.livingfresh.co.uk>

Delicious

Publicidad Persona de contacto: Erica Beaumont
Teléfono: + 44 (0)2 9353 0152
<http://www.deliciousmagazine.com.au>

3. ASOCIACIONES

- Food and Drink Federation: www.fdf.org.uk
- Meat and Livestock Commission: www.mlc.org.uk
- British Pig Executive: www.bpex.co.uk
- British Meat Processors Association: www.bmpa.uk.com
- Alliance of Independent Retailers: www.indretailer.co.uk
- Association of Convenience Stores: www.thelocalshop.com
- Association of Licenced Multiple Retailers (ALMR): www.almr.org.uk
- Brewing, Food & Beverage Industry Suppliers' Association: www.bfbi.org.uk
- British Hospitality Association: www.bha-online.co.uk
- British Retail Consortium: www.brc.org.uk
- British Shops & Stores Association: www.british-shops.co.uk
- British Standards Institution: www.bsi-global.com
- Consumers' Association: www.which.net
- Local Authority Caterers' Association: www.laca.co.uk

4. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

- Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA): www.defra.gov.uk
- Department of Trade & Industry: www.dti.gov.uk
- Food Standards Agency: www.foodstandards.gov.uk
- EFSIS European Inspection Services: www.efsis.com

EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL REINO UNIDO

- Foods from Spain, Spanish Embassy, Office for Economic & Commercial Affairs:

66 Chiltern St, London W1U 4LS

Tel: + 44 (0) 207 4672330

Fax: + 44 (0) 207 4875586

e-mail: londres@comercio.mityc.es

Internet: www.oficinascomerciales.es

ICEEX